

CAZON  
To  
- A 56<sub>ca</sub>

Ontario

## **Annual Report 1991-1992**

*Ministry of Tourism and Recreation*





Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.

[illegible][illegible]

Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.

[illegible]

Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.

[illegible][illegible]

Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.

Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.

Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

Printed on recycled paper.



Published by the  
Ministry of Tourism and Recreation  
Printed by the Queen's Printer  
for Ontario  
Province of Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Government of Ontario  
ISSN 0824-8915  
D-022/92

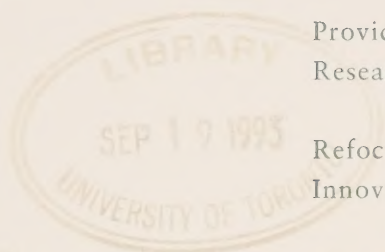
Printed on recycled paper.



# Table of Contents



|  |    |
|--|----|
| Message from the Minister.....   | 2  |
| Message from the Deputy Minister.....  | 3  |
| The Year in Review.....  | 5  |
| Encouraging Community Initiatives:<br>Funding and Field Consultants.....                 | 7  |
| Promoting Active Living:<br>Recreation Benefits and Safety Awareness.....                | 9  |
| Capturing New Markets:<br>Promoting Ontario Tourism.....                                 | 11 |
| Sharpening Our Competitive Edge:<br>Service and Training.....                            | 13 |
| Building and Supporting Valuable Attractions:<br>Events and Sites.....                   | 15 |
| Responding to Industry Concerns:<br>Consultation and Advocacy.....                       | 17 |
| Providing Critical Information:<br>Research Studies.....                                 | 18 |
| Refocusing Our Resources:<br>Innovation Through Teamwork.....                            | 19 |
| Our Mission Statement,<br>Corporate Objectives, and<br>1992-1993 Corporate Strategy..... | 20 |
| Statement of Expenditures.....   | 21 |
| District Offices.....  | 22 |



## Message from the Minister

I am pleased to present the Ministry of Tourism and Recreation's annual report for 1991-1992.

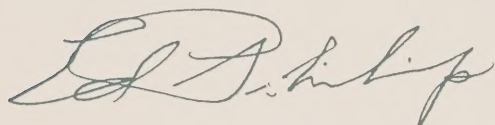
Ontario's economy continued to face difficult times throughout the year. The lingering recession discouraged both business and pleasure travel, and it increased community needs for recreation services.

In spite of this, the potential of tourism and recreation to contribute substantially to the health of both our economy and our citizens has never been greater.

Despite having fewer resources, the ministry and its partners in tourism and recreation made substantial progress during 1991-1992. Ways to broaden access to leisure services for all Ontarians, particularly those whose needs are sometimes overlooked, were created. Many new opportunities for economic renewal were developed and a strategy to position the sector for long-term growth was established.

The process sparked many productive projects and links across the leisure sector. My staff and I look forward to working with our partners to build on these successes in the year to come.

Sincerely,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Ed Philip', with a stylized, cursive script.

Ed Philip  
Minister

## Message from the Deputy Minister

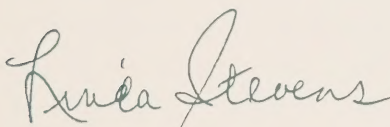
As we move into the '90s, there is growing awareness that tourism and recreation are natural allies. And as our economy continues to undergo a restructuring, there is wider appreciation of the leisure sector's contribution and potential for growth. It offers great opportunities for sustainable community-based development, which can strengthen local economies and foster healthier lifestyles across Ontario. Our province is defining its place in the new world economy, and the leisure sector will play a key role.

In 1991-1992 our ministry reviewed every aspect of how we do business with the goal of finding fresh ways to help the leisure sector address the economic and social challenges we face.


We crafted a new corporate strategy to better serve the people of Ontario. We made great headway in promoting projects of mutual benefit to tourism and recreation, and in fostering effective partnerships to position the sector for sustained growth. Through a number of initiatives we helped the tourism industry increase its international competitiveness, make key improvements in customer service and training, and identify and reach new markets. We continued to help all our clients find better ways to broaden access to recreation services for all Ontarians.

We have taken many important steps forward, but our challenges remain considerable. I am confident, however, that through continued cooperation and good will, our ministry and our partners will meet those challenges together.

Sincerely,

A handwritten signature in dark ink, reading "Linda L. Stevens". The signature is fluid and cursive, with the first name "Linda" and last name "Stevens" clearly distinguishable.

Linda L. Stevens  
Deputy Minister



Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115469470>



**This year marked our ministry's tenth anniversary. During the past decade, our role in promoting and developing tourism and recreation has evolved substantially.**

---

## *The potential of tourism and recreation*

The leisure sector, which includes tourism and recreation, has long played an important role in Ontario's economy. The past decade has also produced a growing body of international research documenting the essential benefits of leisure to both individual and community well-being. Today more than ever, the leisure sector offers great potential for Ontario as our province shapes its place in the new world economy. Achieving long-term growth and prosperity increasingly depends on building mutually beneficial partnerships between tourism and recreation. As we move into the '90s, helping our partners across the sector join forces to fulfill their potential is one of our key objectives. And as Ontario society grows more diverse, making sure all our citizens have access to affordable leisure activities is another key goal.

## *Responding to social and economic needs*

1991-1992 was a tough year as the recession continued, placing communities across the province under considerable stress. The Ministry of Tourism and Recreation found new ways to help Ontarians meet the serious social and economic challenges facing our province.

## *Focusing resources*

With fewer resources having to go further, we focused our programs and policies on sparking economic renewal and increasing social equity.

## *Promoting leisure benefits*

By fostering the link between tourism and recreation, we promoted the social and economic benefits of active, healthy lifestyles and travel within Ontario.

## *Building partnerships*

We can't do it alone. The Ministry's new corporate strategy stresses creating strong partnerships with our stakeholders and encouraging self-reliance. Only by working together can we bring the benefits of the leisure sector to more Ontarians.

## *Program highlights*

We made real progress in dealing with economic and social issues, providing direct assistance to businesses and communities.

### ■ Taking a fresh approach to recreation funding

We revised our funding program to encourage projects that broaden access to recreation, particularly for people facing barriers to equal participation.

### ■ Promoting recreation as an essential service

To foster wider recognition of the economic and social benefits of sport, fitness, and recreation, we joined with the Parks and Recreation Federation of Ontario to launch the Recreation as an Essential Service project.

■ **Launching a new tourism marketing plan**

Our new Tourism Plan for North America promotes Ontario as a premier destination within key market segments in Ontario and the United States. Fresh research helped us develop a strategy to promote short pleasure trips in the domestic market, and to make Ontario a must-see destination for potential visitors residing in the eleven border states.

■ **Improving service and training**

We began development of the Central Reservation and Information System, a state-of-the-art customer service to increase sales in the tourism sector. The system will provide customers with toll-free “one-stop shopping” to obtain information from trained counsellors and make reservations. We also helped form the Ontario Tourism Education Council, which for the first time will coordinate tourism training and education programs across the province.

■ **Communicating vital research findings**

The Ministry backed numerous key research projects, including the Ontario Leisure Activity Participation Study, the Ontario Resort Industry Study, and a major study on the social and economic benefits of recreation conducted by the Parks and Recreation Federation of Ontario.



# Encouraging Community Initiatives: Funding and Field Consultants

**Communities and organizations across the province benefit from Ministry funding. Our field consultants are the key to translating funding programs into tangible achievements. Working in centres across the province, they help our clients and partners to identify their community's social and economic needs. Client surveys revealed that our field consultants are one of our most valued resources.**

---

## *Opening doors to participation*

Helping Ontario's recreation system evolve to keep step with changing social needs is one of our main objectives. Our Fresh Approach funding program is designed to help broaden access to recreation. It encourages our clients to find better ways to include key groups whose particular needs are sometimes overlooked. We identified eight groups who experience barriers to participation: two-income families, women, children and youth, native people, Franco-Ontarians, people with disabilities, visible minorities, and older adults. Our consultants work with clients to develop projects so that the lifelong benefits of recreation are available to all Ontarians.

For example, in Thunder Bay, the 55 Plus Centre serves seniors' health, social, and fitness needs under one roof. Bowling, T'ai Chi, and low-impact aerobics classes help seniors to be more active.



## **HELPING PEOPLE THROUGH A FRESH APPROACH TO RECREATION FUNDING**

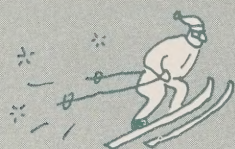
In Toronto, the Southeast Asian Services Centre developed recreation programs for seniors living in an economically depressed neighbourhood. A Chinese- and Vietnamese-speaking community worker reached out to socially isolated seniors to encourage their participation.

At the Odawa Native Friendship Centre in Ottawa, native elders and youth got together and produced a series of workshops on traditional native lifestyles.

And in Pickering, the Barbara Black Centre for Youth reached out to some 3,000 pregnant teenagers, young mothers, visible minorities, disabled youth, and school groups through recreation activities and programs on substance abuse, life skills training, and nutrition.

### *Tourism loans promote investment*

The Ministry continued to manage a range of tourism funding and loan programs, acting as a lead investor to bring in other partners. These programs stimulated investment and development, supporting projects that bring tourist dollars to communities across the province.



#### **BOOSTING TOURISM IN THE NORTH**

Our Destinations North loan program enabled the Nor'Wester Resort to renovate and expand its facilities. A major tourist attraction in the Thunder Bay area, the upgraded resort will accommodate visitors to the World Nordic Games at the Big Thunder Ski Jump, outside the city, in 1995.



#### **CREATING JOBS FOR SENIORS**

We funded a program to assist Northern Ontario travel associations operating tourist information centres to hire approximately 100 senior citizens as information officers and counsellors.



# Promoting Active Living: Recreation Benefits and Safety Awareness

**As advocates of active living, we promote safe, healthy, and enjoyable recreation for all Ontarians. A range of programs helps to make the best information on recreation and fitness available to a wide audience, including professionals, policy-makers, and the public.**

---

## *Recreation as an essential service*

To heighten awareness of the broad benefits of active living, we took part in a major new project — Recreation as an Essential Service. The project provides information to policy-makers, professionals, community leaders, and other recreation partners. As part of our contribution, we produced a video called “Growing Stronger.” Entertaining and informative in approach, it demonstrates how fitness and recreation activities strengthen community values and help individuals and families reduce stress, gain self-confidence, and stay healthy.

The project was based on the findings of a key study of recreation benefits conducted by the Ministry and the Parks and Recreation Federation of Ontario. The study, which attracted national and international interest, found that recreation fosters personal growth and social harmony, reduces health care costs, contributes to a fit and productive workforce, and generates substantial employment, income, and investment. It will be used to develop new recreation programs.

## *Co-hosting a conference on recreation research*

We worked with the federal government on the preparations for the second International Conference on Physical Activity, Fitness, and Health. The conference assembled leading experts in the recreation field to share their latest findings with policy-makers and professionals.

## *Preventing snowmobile accidents*

Each year people are injured and die in snowmobile accidents at a cost to the province of more than \$40 million. To help prevent these tragedies, we worked with snowmobile manufacturers, other ministries, interest groups, and local clubs to launch a multi-year snowmobile safety campaign. Posters, print ads, and radio announcements advised Ontarians to “Ride Safe. Ride Sober.”

## *Promoting sport, fitness, and recreation safety*

We continued to take steps to reduce the 1.3 million sport, fitness, and recreation injuries that occur each year and cost Ontario an estimated \$663 million in expenses such as health care and absence from work.

We developed and published *Your Facility Safety Plan*, a comprehensive guide on how to prepare, implement, and monitor a risk management program for sport and fitness facilities. Special workshops gave fitness professionals individual assistance in planning their risk management programs.

We also published *The Professional's Guide to Fitness Safety*, a handbook on injury prevention in the fitness field. Our Sports Injury Prevention and Care seminars provided participants with additional guidance.

### *Working with First Nations*

We are committed to helping native communities develop recreation activities that address current and evolving needs. Working with community groups, we organized the Native Recreation Conference in Thunder Bay. Participants worked to develop a coordinated approach toward recreation issues and to find ways to involve the whole community.

### *Improving playleader staff training*

Our recreation consultants helped clients organize three-day programs to train children's playleaders working in the local and regional recreation system. The training sessions looked at ways to foster children's growth and development through safe, stimulating play.

### *Motivational sports workshops*

We helped form a Niagara Region planning committee to sponsor high-profile, motivational sports workshops. The committee hosted a one-day workshop called "A Day with Dr. Peter Jensen: Mental Fitness, Your Inside Edge." Three more community workshops attracted a total of 2,100 people.



### **THE WORLD'S LARGEST FITNESS CLASS**

Once again, we've joined forces with the Toronto Blue Jays to promote active living. Halfway through the seventh inning of the Jays games, official "stretchers" put fans through their paces in an exercise routine set to music. During the last baseball season, more than four million spectators took part in what must surely be the world's largest fitness class.



# Capturing New Markets: Promoting Ontario Tourism

**We work with members of the tourism industry and with other ministries and governments to develop strategies to promote Ontario tourism. Together we are identifying new markets and products that will encourage people from around the world to visit.**

---

## *New North American marketing plan*

Our new North American marketing plan contains innovative improvements on past successes. Designed in part to reach target markets in the U.S. border states, the plan positions Ontario as the must-see destination that is both “friendly and intriguingly foreign.” The plan also gives the Ontario Travel Associations guidance on incorporating this theme in their marketing efforts to broaden the impact of our campaign.

## *Promoting getaways*

A second part of the plan centres on the domestic market. Based on extensive research, the campaign — called *Breathers* — focuses on the need to “get away from it all” and “take a break.”

The mini-vacation of one to three nights is the fastest growing segment of the leisure travel market. Ontario residents spend \$12 billion each year travelling throughout the province. Our *Breathers* campaign is directed at developing this growing market and keeping those tourism dollars in Ontario. Four television commercials and print advertisements encourage Ontarians to enjoy short getaway trips in their home province.

## *Celebrating Ontario communities*

In 1990, Ontarians took more than 18 million trips to visit festivals, fairs, and cultural and sporting events in their home province. On more than half those trips, they stayed overnight and put dollars into local pockets.

To develop the tourism potential of community celebrations, we joined forces with the twelve regional Ontario Travel Associations. Together we launched *Celebrate Ontario*, a program to promote Ontario festivals and special events. The program included a series of 15 workshops on how to organize well-run events and attract tourists. More than 500 people attended the workshops held in communities across Ontario.



**TOURISM IS THE  
WORLD'S LARGEST  
AND FASTEST  
GROWING INDUSTRY**

A recent study by the World Tourism Organization shows Canada as the fifth most popular tourist destination in the world. Every year, Canada attracts 15.2 million tourists. That's more than 3.5 percent of the world total.

Tourism is Ontario's fifth largest export industry. In 1990, tourists spent \$16.5 billion in Ontario.

### *Pricing leisure products*

We sponsored a training program called Pricing Your Products for 120 southern Ontario tourism and recreation clients. Participants learned how to set prices by analyzing cost and market factors and examined the use of value-added and yield concepts. The workshops were held in Barrie, London, and St. Catharines.

### *Supporting community development*

We organized a workshop in Haliburton to identify local economic development opportunities in tourism and recreation. Sixty-five municipal leaders, tourism and recreation clients, and business leaders attended the workshop. In the second phase of the project, a task force formulated action plans for the development opportunities identified in the workshop.



# Sharpening Our Competitive Edge: Service and Training

**Achieving long-term prosperity in our leisure sector means sharpening our ability to compete by providing superior services and responding effectively to market trends. We work with industry, labour, government, and institutions to provide leisure services and products with broad customer appeal.**

---

## *Turning inquiries into sales*

Building on the success of our 1-800-Ontario information system, we worked with the tourism industry to launch the first phase of our new Central Reservation and Information System (CRIS). The service will offer “one-stop shopping,” enabling users to call toll-free from anywhere in North America for information and then book their reservations.

CRIS will be key for small tourism operators who aren’t linked to an existing 1-800 reservation number. CRIS will boost the occupancy of Ontario tourist accommodations by turning a projected 40 per cent of our 400,000 annual inquiry calls into sales.

## *Providing consistent industry training*

Providing the polished, knowledgeable service expected by today’s customers requires a high standard of training for all service providers. We worked with industry, labour, other ministries, and institutions to form the Ontario Tourism Education Council (OTEC). The Council links, for the first time, the educational system to industry by coordinating tourism training and education programs across Ontario. OTEC sets

professional standards, designs training courses, and develops career awareness programs. It also administers a training trust fund on behalf of the industry.

## *Customer service workshops*

We provided two customer service workshops attended by more than 100 recreation practitioners in St. Clements and Toronto. The sessions offered strategies to improve customer service.

## *Seminars for country innkeepers*

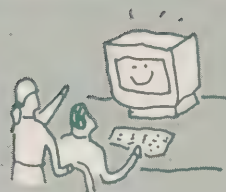
We sponsored a series of business improvement seminars for country innkeepers from across southern Ontario. Participants looked at North American market trends and got practical tips on direct marketing, staffing, and how to convey a sense of quality.

## *Sharing information at the Tourism Forum*

In cooperation with industry partners, we helped organize the May 1992 Ontario Tourism Forum to provide an industry-wide focus on opportunities for growth and innovation. Professionals from across the sector shared ideas and insights into industry issues and conditions. Four panels examined market trends in Ontario, the United States, Europe, and Pacific Rim countries.

### *Making tourist facilities more accessible*

Our new Open for Business program helped tourism and recreation facility operators make their sites more accessible to people with disabilities. The program featured a handbook with step-by-step advice on meeting standards and building code regulations, and a 20-minute video called "All Ways Welcome." Recognized internationally, the video won five film awards and was aired on TVOntario.



### **COMPUTERIZED TRAINING PROGRAM UNDERWAY IN NORTHERN ONTARIO**

Northern Ontario is the site of a unique computerized training program, Hospitality Plus. Scheduled for completion in December 1992, Hospitality Plus will include more than 200 user-friendly training modules for use by front-line technical and management staff in the tourism and service industries. The Ontario Tourism Education Council will include the training program in its professional certification requirements.

Canadore College and the tourism and service sectors are the Ministry's partners on this project. Hospitality Plus was launched with a \$830,000 anti-recession grant from the Ministry.



### **KINGSTON DEVELOPS A TOURISM PROFESSIONAL PROGRAM**

Ministry staff are working with the Kingston and Area Economic Development Commission to design and implement a customer service training program for the local tourism industry. The program will provide front-line workers with information on Kingston's tourist attractions, the benefits of tourism to the area, and how to provide excellent customer service.



## **Building and Supporting Valuable Attractions: Events and Sites**

**We work with our public and private partners to develop valuable tourism and recreation destinations in Ontario. These attractions create jobs, stimulate investment, strengthen local economies, and provide important leisure opportunities.**

---



### **BLACK HERITAGE TOUR SEEN AS BOON TO WINDSOR AREA ECONOMY**

*The Windsor Star, November 21, 1991. reports:*

The Windsor and Essex County Convention and Visitors' Bureau is convinced tours of early Black settlements in Southwestern Ontario will draw tourists and their money to the Windsor area. Elizabeth Hamel, acting director of the local visitors' bureau, said the bureau expects to attract up to 200 bus groups and about \$1 million to the local economy over the next year.

### *Developing a black heritage tour*

We helped develop an important new tourism destination in the Windsor area and tapped into an exciting new market for African-American tourists. Working with local partners, we launched an excursion package called "The Road That Led to Freedom: An African-American Heritage Tour." This two-night, three-day tour covers seven historic sites linked to Canada's role in helping nineteenth-century African-Americans escape slavery through the Underground Railroad.

### *Opening the gate at Ontario Place*

We marked the twentieth anniversary of Ontario Place with a new free admission policy for the site. Total attendance for the 1991 season was the highest since 1985 and represented a 42 per cent attendance increase over 1990. Attendance figures at Ontario Place in the months before the CNE opened were the highest in the last decade and exceeded 1990 figures by 66 per cent.

### *Staging the Ontario Games*

The Ontario Games for the Physically Disabled in July were a great success. The host city, Hamilton, welcomed spectators, volunteers, athletes, and their families from across the province. We are proud to support four sets of Ontario Games in close cooperation with provincial sport organizations. A showcase for amateur sport, the summer, winter, and seniors' games are held biennially. In 1989 the Games for the Physically Disabled became an annual event.

### *Promoting waterfront attractions*

We organized three symposia to encourage sound community-based planning for developing waterfront attractions. The one-day sessions were held in Collingwood, Simcoe, and Sarnia. Participants examined issues such as sustainable development and the preservation of the natural environment, community values affecting waterfront planning, and how to create partnerships to develop a waterfront site.

### *Backing the Expo '98 bid*

We represented Ontario in the public/private sector partnership that developed Toronto's bid to host Expo '98. The working relationships created during this process will assist the government in many of its future international activities to promote trade and investment, and enhance awareness of Ontario as a tourist destination.

# Responding to Industry Concerns: Consultation and Advocacy

**It's our job to interpret government policy to the leisure sector and communicate the sector's concerns to government. As advocates for the sector, we promote a better understanding of the important contribution leisure activities make to economic growth and to the well-being of our communities. Our approach to business is consultative. We listen to our clients, consider the needs of all Ontarians, and then take action.**

---

## *Linking tourism and recreation*

Building a strong leisure sector increasingly means building mutually beneficial links between tourism and recreation. Through joint research projects, cooperative training programs, conferences, and a variety of other programs, we encourage creative partnerships among our community and industry partners. Projects throughout the province offer both recreation opportunities for local residents and attractions for tourists.

## *Addressing tax and budget concerns*

In cooperation with the Canadian Tourism Research Institute, we studied the impact of taxes and regulations on the competitiveness of Ontario's tourism industry. We encouraged business, labour groups, and other partners to take part in this review.

We also participated in the government's open forum on the 1992-1993 Provincial Budget. We answered questions and provided information on the budget's possible impact on tourism and recreation.



### **SPEAKING OUT FOR A FIRST NATIONS PROJECT**

Four years of hard work by our ministry, the Ministry of Natural Resources, and members of the Pikangikum First Nation reached fruition in a valuable tourism project.

We successfully advocated to have Pikangikum's fishing quotas converted to sport fishing, enabling the Band Council to build outpost camps for tourists. Two camps are already in place, and the Band Council is considering plans to build six more.





## Providing Critical Information: Research Studies

**Research is vital to develop leisure programs, create marketing strategies, shape policies, and make us better advocates of the industry. One of our main functions is to coordinate, interpret, and distribute research findings to our clients. We fund research projects and encourage partnerships in information sharing.**

---

### *Helping native communities tap tourism benefits*

We provided the Northern Ontario Native Tourism Association and the Nishnawbe-Aski Nation with a \$70,000 grant to fund two studies exploring the tourism potential of native communities. The grant was provided through the Canada-Ontario Tourism Development Agreement.

### *Studying leisure trends*

We released the Ontario Leisure Activity Participation Study, a major report on the leisure patterns of youths 14 years of age and older. The study was produced in cooperation with our partner, the Ontario Research Council on Leisure. Its findings will help us develop better policies and programs to include more young people in recreation activities.

### *Providing strategic travel data*

Working with Tourism Canada, we have taken a leading role in a project to find ways to make major national travel surveys, such as the Canadian Travel Survey, more useful resources for the tourism industry.

### *Positioning the resort industry for development*

We conducted the Ontario Resort Industry Study, a major report on development opportunities for the resort sector. The study examines emerging consumer and market trends to chart a strategy for developing and marketing the province's resorts. This \$150,000 project is one of a series of sectoral studies undertaken by the provincial and federal governments to strengthen the competitiveness of Ontario's tourism industry.



## Refocusing Our Resources: Innovation Through Teamwork

**We have carried out a comprehensive review of how we do business. Our objective: to find better ways to focus our efforts on economic renewal and social equity, and help tourism and recreation achieve their full potential.**

---

### *Improving the work environment*

In June 1991, the Ministry created an internal team to tap the ideas and suggestions of all levels of staff.

The team discovered that we needed to recognize staff achievements more, involve and inform staff and clients better, streamline our procedures, and improve some of our management and planning practices.

### *Asking our customers how we're doing*

The team's recommendations helped us design our Customer Service Review. We interviewed 80 key tourism and recreation client and partner organizations. They said consulting, funding, and training were Ministry functions they valued most. They suggested we simplify our financial assistance procedures. They also asked us to offer more consultation and to play a stronger advocacy role.

### *Creating a new corporate strategy*

We looked at the findings of our staff and customer surveys and other research. From this we developed a new set of corporate objectives and drafted a strategy to meet the needs we had identified (*see page 20*).

To involve staff in our corporate planning process, we produced the *Corporate Strategy Workbook*. It gave employees and clients a chance to make suggestions on how we could make our programs more effective in solving Ontario's economic and social problems. Their responses helped us shape our 1992-1993 work plans.

### *Reviewing Ministry activities*

This year all government programs and spending were reviewed. We formed a Functional Review Committee to find ways to streamline our services. All divisions and levels of staff, including bargaining unit representatives, contributed to the review.

### *Planning for the move*

We are developing ways to assist the Ministry's coming move to Niagara Falls. By 1996, some 400 Ministry positions will be relocated. The Niagara Falls Relocation Project team keeps staff informed of developments concerning the move, provides information on living in Niagara Falls, and is starting to implement a relocation strategy.



---

## Our Mission

**We are in the business of enabling healthy and productive lives and livelihoods through tourism and recreation activities in the leisure industry.**

### *We work with...*

- **Government**  
By being the government's principal instrument in the leisure business.
- **Partners**  
By aggressively collaborating with public and private partners to optimize leisure resources and opportunities.
- **Deliverers**  
By stimulating an environment that fosters the development of ethical, sustainable leisure opportunities.
- **Consumers**  
By knowing and voicing the leisure needs of our publics and providing direct service if essential needs cannot be met by others.

### *We value...*

- **People**  
We recognize that people are key to reaching our objectives. We will organize around objectives. We will seek input into decision-making; open lines of communication, feedback, and recognition; develop cross-divisional, non-hierarchical approaches to assignments; ensure adequate resources and clear lines of responsibility.
- **Research**  
We will study smarter, share the results, and focus on key areas.
- **Leadership**  
We support the development of strong leadership and skills development in the industries we serve. We will communicate MTR's strategic directions and role and demonstrate leadership in how we do business.
- **Results**  
We will be clear on our expectations and value our accomplishments.

---

## Corporate Objectives

### 1. Economic Renewal

- new and sustained jobs
- increased and improved training
- strategic investments
- new revenues
- improved productivity

### 2. Social Equity

- increased participation rates
- increased inclusion of all Ontarians

---

## 1992-1993 Corporate Strategy

**"Do what is right and what we can do best.**

**Enable stakeholders to do what they can do better than anyone else."**

### *1. MTR will realign its resources to:*

- Strengthen communities through training, consulting, networking, marketing, and financial assistance;
- Build the "critical mass" of valuable events, destinations, and attractions at key locations in Ontario;
- Increase the effectiveness of links with other major shareholders in the leisure sectors.

### *2. MTR will enable stakeholders to:*

- Successfully assume responsibilities for the growth of the tourism and recreation sectors.

# Statement of Expenditures 1991-1992

## MINISTRY ADMINISTRATION PROGRAM

|                                       |              |
|---------------------------------------|--------------|
| Main Office                           | \$ 2,901,975 |
| Financial and Administrative Services | 2,305,095    |
| Human Resources                       | 1,398,228    |
| Communications                        | 2,021,259    |
| Legal Services                        | 348,812      |
| Audit Services                        | 658,289      |
| Information Services                  | 2,446,685    |
| Relocation Project                    | 369,616      |

---

*Total for Ministry Administration Program* \$ 12,449,959

---

## TOURISM PROGRAM

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Tourism Development | 6,675,506  |
| Tourism Marketing   | 27,617,525 |

---

*Total for Tourism Program* \$ 34,293,031

---

## RECREATION PROGRAM

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| Program Development   | 3,386,469  |
| Provincial Recreation | 26,325,828 |

---

*Total for Recreation Program* \$ 29,712,297

---



---

*Total for Operations Program* \$ 74,041,818

---

## AGENCIES AND ATTRACTIONS PROGRAM

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| Ontario Place Corporation     | 13,019,078 |
| Ontario Trillium Foundation   | 17,000,000 |
| Ottawa Congress Centre        | 893,700    |
| Old Fort William              | 8,853,217  |
| Huronian Historical Parks     | 5,960,961  |
| St. Lawrence Parks Commission | 19,020,947 |

---

*Total for Agencies and Attractions Program* \$ 64,747,903

---



---

*Grand Total for  
Ministry of Tourism and Recreation* \$215,245,008

---



## District Offices

### Northwest Region

#### *Thunder Bay*

West Arthur Place  
1265 East Arthur Street  
3rd Floor, Suite 302  
Thunder Bay, Ontario  
P7E 6E7  
(807) 623-5592

#### *Dryden*

479 Government Road  
P.O. Box 3000  
Dryden, Ontario  
P8N 3B3  
(807) 223-2271

#### *Fort Frances*

616 Mowat Avenue  
P.O. Box 815  
Fort Frances, Ontario  
P9A 1Z3  
(807) 274-3259

#### *Kenora*

344 Secord Street South  
2nd Floor, Suite 201  
Lakewood Credit Union  
Kenora, Ontario  
P9N 1G5  
(807) 468-2450

#### *Sault Ste. Marie*

499 Queen Street East  
2nd Floor  
Sault Ste. Marie, Ontario  
P6A 1Z9  
(705) 942-3751  
1-800-461-2409

### Northeast Region

#### *Sudbury*

199 Larch Street  
4th Floor  
Sudbury, Ontario  
P3E 5P9  
(705) 688-3035  
1-800-461-4004

#### *North Bay*

147 McIntyre Street West  
2nd Floor  
North Bay, Ontario  
P1B 2Y5  
(705) 474-3821  
1-800-461-9563

#### *Timmins*

22 Wilcox Street  
2nd Floor  
Timmins, Ontario  
P4N 3K6  
(705) 267-7117  
Zenith 8-1610

#### *Huntsville*

42 King William Street  
Huntsville, Ontario  
P0A 1K0  
(705) 789-4448

### Eastern Region

#### *Ottawa*

10 Rideau Street  
4th Floor  
Ottawa, Ontario  
K1N 9J1  
(613) 787-4000  
1-800-267-9340

#### *Kingston*

1055 Princess Street  
Suite 304  
Kingston, Ontario  
K7L 5T3  
(613) 545-4350  
1-800-267-0225

#### *Peterborough*

380 Armour Road  
Suite 190  
Peterborough, Ontario  
K9H 7L7  
(705) 748-3711  
1-800-461-7629

#### *Brockville*

2211 Parkedale Avenue  
Brockville, Ontario  
K6V 6B2  
(613) 342-5522  
1-800-267-8138

### Southern Region

#### *Toronto*

700 Bay Street  
8th Floor  
Toronto, Ontario  
M5G 1Z6  
(416) 314-6756

#### *St. Catharines*

15 Church Street  
Suite 404  
St. Catharines, Ontario  
L2R 3B5  
(416) 684-2345  
1-800-263-2441

#### *Barrie*

34 Simcoe Street  
Suite 302  
Barrie, Ontario  
L4N 6T4  
(705) 737-3301  
1-800-461-4499

#### *Hamilton*

119 King Street West  
8th Floor  
Hamilton, Ontario  
L8P 4T9  
(416) 521-7244

#### *London*

255 Dufferin Avenue  
Suite 601  
London, Ontario  
N6A 5K6  
(519) 679-7156  
1-800-265-4730

#### *Windsor*

250 Windsor Avenue  
6th Floor  
Windsor, Ontario  
N9A 6V9  
(519) 256-4919  
1-800-265-1330

#### *Kitchener*

30 Duke Street West  
4th Floor  
Kitchener, Ontario  
N2H 3W5  
(519) 578-3600  
1-800-265-6361

#### *Hanover*

427-10th Street  
2nd Floor  
Hanover, Ontario  
N4N 1P8  
(519) 364-1626  
1-800-265-5520

#### *Owen Sound*

Nor-Towne Plaza  
1137 Second Avenue East  
Owen Sound, Ontario  
N4K 2J1  
(519) 376-3875  
1-800-265-3796

### Ontario Ministry of Tourism and Recreation

77 Bloor Street West  
7th Floor  
Toronto, Ontario  
M7A 2R9  
(416) 314-7400

**Région du Nord-Ouest**

**Thunder Bay**  
3<sup>e</sup> étage, bureau 302  
West Arthur Place  
1265, rue Arthur Est  
Thunder Bay (Ontario)  
P7E 6E7  
(807) 623-5592

**Dryden**  
4<sup>th</sup>, chemin (Government

C.P. 3000

Dryden (Ontario)

P8N 3B3

(807) 223-2271

**Fort Frances**

616, avenue Mowat

C.P. 815

Fort Frances (Ontario)

P9A 1Z3

(807) 274-3259

**Kenora**

344, rue Second Sud

2<sup>e</sup> étage, bureau 201

Lakewood Credit Union

Kenora (Ontario)

P9N 1G5

(807) 468-2450

**Sault Ste. Marie**

499, rue Queen Est

2<sup>e</sup> étage

Sault Ste. Marie (Ontario)

P6A 1Z9

(705) 942-3751

1-800-461-2409

**Région du Nord-Est**

**Sudbury**

199, rue Larch

4<sup>e</sup> étage

Sudbury (Ontario)

P3E 5P9

(705) 688-3035

1-800-461-4004

**North Bay**

147, rue McIntyre Ouest

2<sup>e</sup> étage

North Bay (Ontario)

P1B 2Y5

(705) 474-3821

1-800-461-9563

**Timmins**

22, rue Wilcox

2<sup>e</sup> étage

Timmins (Ontario)

P4N 3K6

(705) 267-7117

Zenith 8-1610

**Huntsville**

42, rue King William

Huntsville (Ontario)

P0A 1K0

(705) 789-4448

**Région de l'Est**

**Ottawa**

10, rue Rideau

4<sup>e</sup> étage

Ottawa (Ontario)

K1N 9J1

(613) 787-4000

1-800-267-9340

**Kingston**

1055, rue Princess

Bureau 304

Kingston (Ontario)

K7L 5T3

(613) 545-4350

1-800-267-0225

**Peterborough**

Bureau 190

380, chemin Armour

Peterborough (Ontario)

K9H 7L7

(705) 748-3711

1-800-461-7629

**Brockville**

2211, avenue Parkdale

Brockville (Ontario)

K6V 6B2

(613) 342-5522

1-800-267-8138

**Région du Sud**

**Toronto**

700, rue Bay

8<sup>e</sup> étage

Toronto, (Ontario)

M5G 1Z6

(416) 314-6756

**St. Catharines**

15, rue Church

Bureau 404

St. Catharines (Ontario)

L2R 3B5

(416) 684-2345

1-800-263-2441

**Barrie**

34, rue Simcoe

Bureau 302

Barrie (Ontario)

L4N 6T4

(705) 737-3301

1-800-461-4499

**Hamilton**

119, rue King Ouest

8<sup>e</sup> étage

Hamilton (Ontario)

L8P 4T9

(416) 521-7244

**Ministère du Tourisme et des Loisirs**

**de l'Ontario**

7<sup>e</sup> étage

77, rue Bloor Ouest

Toronto (Ontario)

M7A 2R9

(416) 314-7400

**London**

255, avenue Dufferin

Bureau 601

London (Ontario)

N6A 5K6

(519) 679-7156

1-800-265-4730

**Windsor**

250, avenue Windsor

6<sup>e</sup> étage

Windsor (Ontario)

N9A 6V9

(519) 256-4919

1-800-265-1330

**Kitchener**

30, rue Duke Ouest

4<sup>e</sup> étage

Kitchener (Ontario)

N2H 3W5

(519) 578-3600

1-800-265-6361

**Hanover**

427-10<sup>e</sup> rue

2<sup>e</sup> étage

Hanover (Ontario)

N4N 1P8

(519) 364-1626

1-800-265-5520

**Owen Sound**

Nor-Towne Plaza

1137, avenue Second Est

Owen Sound (Ontario)

N4K 2J1

(519) 376-3875

1-800-265-3796

PROGRAMME D'ADMINISTRATION DU MINISTÈRE

|  |                      |
|--|----------------------|
| Bureau central   | 2 901 975 \$         |
| Services financiers et administratifs                  | 2 305 095            |
| Ressources humaines                                    | 1 398 228            |
| Communications   | 2 021 259            |
| Services juridiques                                    | 348 812              |
| Services de vérification                               | 658 289              |
| Services d'information                                 | 2 446 685            |
| Projet de déménagement                                 | 369 616              |
| <b>Total - Programme d'administration du ministère</b> | <b>12 449 959 \$</b> |

PROGRAMME TOURISTIQUE

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| Développement touristique     | 6 675 506  |
| Commercialisation du tourisme | 27 617 525 |

**Total - Programme touristique**

34 293 031 \$

PROGRAMME DES LOISIRS

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| Développement des loisirs | 3 386 469  |
| Loisirs provinciaux       | 26 325 828 |

**Total - Programme des loisirs**

29 712 297 \$

**Total - Programme des opérations**

74 041 818 \$

PROGRAMME DES ORGANISMES ET DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

|  |            |
|--|------------|
| Société d'exploitation de la Place Ontario | 13 019 078 |
| Fondation Trillium de l'Ontario            | 17 000 000 |
| Centre des congrès d'Ottawa                | 893 700    |
| Old Fort William                           | 8 853 217  |
| Parcs historiques de la Huronie            | 5 960 961  |
| Commission des parcs du Saint-Laurent      | 19 020 947 |

**Total - Programme des organismes et des attractions touristiques**

64 747 903 \$

**Total général - Ministère du Tourisme et des Loisirs**

215 245 008 \$



## Notre mission

**Nous avons pour mandat de favoriser l'adoption d'un mode de vie sain et actif par le biais des activités touristiques et des loisirs.**

*Nous travaillons en association avec...*

- Le gouvernement  
En étant le porte-parole du gouvernement dans le domaine des loisirs.
- Nos partenaires  
En collaborant activement avec nos partenaires des secteurs public et privé pour tirer tout le parti possible des ressources et des possibilités en matière de loisirs.
- Les fournisseurs de services  
En favorisant un environnement propice au développement de possibilités de loisirs sains et viables.
- Les consommateurs  
En connaissant et en énonçant les besoins de loisirs de notre public et en fournissant des services directs si les besoins essentiels ne peuvent pas être donnés par d'autres.
- À l'élément humain  
Nous savons que nous ne pouvons atteindre nos objectifs sans l'aide d'autrui. Nous entendons organiser nos activités en fonction de nos objectifs, réunir les renseignements nécessaires à la prise de décisions, favoriser la communication, la participation et la reconnaissance, élaborer des stratégies interdivisionnelles non fondées sur les rapports hiérarchiques pour mener à bien nos projets, nous doter des ressources nécessaires et établir clairement les responsabilités de chacun.
- À la recherche  
Nous entendons étudier de façon plus efficace, mettre en commun l'information recueillie et nous concentrer sur les domaines les plus importants.
- Au leadership  
Nous entendons favoriser le leadership et la formation professionnelle au sein des industries que nous desservons, faire connaître le rôle et les orientations stratégiques du MTL, et démontrer notre leadership dans la façon dont nous menons nos affaires.
- Aux résultats  
Nous entendons énoncer clairement nos attentes et reconnaître les réalisations de chacun.

## Objectifs généraux

### 1. Renouveau économique

- création d'emplois durables
- formation accrue et approfondie
- investissements stratégiques
- nouveaux revenus
- productivité accrue

### 2. Équité sociale

- augmentation des taux de participation
- participation accrue de toute la population ontarienne

## Stratégie générale pour l'exercice 1992-1993

**« Faire ce qu'il convient de faire et que nous savons faire mieux que personne. Permettre aux membres de faire ce qu'ils savent faire mieux que personne. »**

### 1. Le MTL entend redéployer ses ressources pour :

- Renforcer les collectivités grâce à son aide en matière de formation, consultation, collaboration, commercialisation et financement ;
- Atteindre une « masse critique » d'activités, de destinations et d'attractions valables, à des endroits stratégiques en Ontario ;
- Établir des relations plus efficaces avec les autres membres principaux dans les secteurs du tourisme et des loisirs.

### 2. Le MTL permettra aux divers membres :

- D'assumer leurs responsabilités dans la croissance du secteur du tourisme et des loisirs.



## *Elaboration d'une nouvelle stratégie d'ensemble*

À partir des conclusions de nos enquêtes et d'autres travaux de recherche sur notre personnel et nos clients, nous avons élaboré un nouvel ensemble d'objectifs et une stratégie permettant de répondre aux besoins définis (voir en page 20).

Pour favoriser la participation du personnel au processus général de planification, nous avons élaboré le *Plan stratégique du ministère* qui a permis à nos employés et à nos clients de présenter des suggestions sur la façon dont nos programmes pourraient aider plus efficacement à résoudre les problèmes économiques et sociaux de l'Ontario. Leurs réponses nous ont aidés à élaborer nos plans d'action pour l'exercice 1992-1993.

## *Révision des activités du ministère*

Au cours de l'exercice, l'ensemble des programmes et des dépenses du gouvernement a fait l'objet d'une révision. Nous avons mis sur pied un comité de révision fonctionnelle, chargé de la rationalisation de nos services. Toutes les divisions et tous les paliers du personnel, y compris les représentants de l'unité de négociation, ont apporté leur contribution à cette révision.

## *Planification du déménagement*

Ici 1996, quelque 400 postes du ministère seront transférés à Niagara Falls, et nous cherchons les meilleures façons d'assurer ce déménagement. L'équipe chargée du projet de déménagement à Niagara Falls tient le personnel au courant des éléments nouveaux concernant le déménagement, fournit de l'information sur la vie à Niagara Falls, et travaille à la mise en place d'une stratégie de déménagement.

Nous avons révisé globalement la façon dont nous menons nos affaires, en visant l'objectif suivant : découvrir de meilleures façons d'axer nos efforts sur le renouvellement économique et l'équité sociale et d'aider le secteur du tourisme et des loisirs à réaliser toutes ses possibilités.

## *Amélioration du milieu de travail*

En juin 1991, le ministère a mis sur pied une équipe interne chargée de recueillir les suggestions de ses employés à tous les paliers. L'équipe a constaté que nous devions reconnaître davantage les réalisations du personnel, favoriser la participation et l'information du personnel et des clients, rationaliser nos procédures et améliorer certaines de nos pratiques de gestion et de planification.

## *L'opinion de nos clients sur*

### *notre travail*

Les recommandations de l'équipe nous ont aidés à réaliser une étude sur le service à la clientèle, au cours de laquelle nous avons interviewé 80 clients et organismes importants dans le secteur du tourisme et des loisirs. Les participants à l'étude ont indiqué qu'ils appréciaient particulièrement les services assurés par le ministère en matière de consultation, de financement et de formation, et nous ont suggéré de simplifier nos procédures d'aide financière. Ils nous ont aussi invités à les consulter davantage et à jouer un rôle accru de sensibilisation.



La recherche est indispensable pour élaborer des programmes de loisirs, concevoir des stratégies commerciales, élaborer des politiques et mieux défendre la cause de l'industrie touristique. L'une de nos fonctions principales consiste à coordonner, interpréter et diffuser les travaux de recherche à l'intention de nos clients. Nous finançons des projets de recherche et favorisons la mise en commun de l'information.

### *Étude des tendances en matière de loisirs*

Nous avons publié une étude portant sur la participation des jeunes de 14 ans et plus aux activités de loisirs en Ontario. Cette étude a été réalisée en collaboration avec l'un de nos partenaires, le Conseil ontarien de recherche en loisirs. Les conclusions de cette étude nous aideront à élaborer des politiques et des programmes plus efficaces pour favoriser davantage la participation des jeunes aux activités de loisirs.

### *Utilisation plus efficace des données touristiques stratégiques*

En collaboration avec le ministère fédéral du Tourisme, nous avons joué un rôle de premier plan dans une étude portant sur la façon dont l'industrie touristique pourrait mieux profiter des principales études canadiennes sur le tourisme, notamment de l'Enquête sur les voyages des Canadiens.

### *Aider les collectivités autochtones à tirer profit du tourisme*

Nous avons accordé à l'association touristique autochtone du nord de l'Ontario et à la nation nishnawbe-aski une subvention de 70 000 \$ pour financer deux études sur les possibilités touristiques des collectivités autochtones. Ces études permettront de constater la façon de multiplier les attractions communautaires pour attirer des visiteurs dans le nord de l'Ontario. Cette subvention a été accordée dans le cadre de l'Entente Canada-Ontario sur le développement du tourisme.

### *Développement des centres de villégiature*

Nous avons réalisé une étude importante sur les possibilités de développement du secteur des centres de villégiature en Ontario. À partir d'une analyse des nouvelles tendances des consommateurs et du marché, cette étude présente une stratégie de développement et de commercialisation des centres de villégiature de la province. Réalisée au coût de 150 000 \$, elle fait partie d'une série d'études sectorielles entreprises par le gouvernement provincial et le gouvernement fédéral pour renforcer la compétitivité de l'industrie touristique ontarienne.



*Préoccupations fiscales et budgétaires*

En collaboration avec l'Institut canadien de recherche sur le tourisme, nous avons étudié les incidences de la fiscalité et de la réglementation sur la compétitivité de l'industrie touristique ontarienne. Nous avons invité les milieux des entreprises et du travail, ainsi que d'autres partenaires, à participer à cet examen.

Nous avons aussi participé au débat général lancé par le gouvernement sur le budget provincial 1992-1993. Nous avons répondu aux questions et présenté des données sur les incidences possibles du budget sur le tourisme et les loisirs.

APPUI À UN PROJET  
DES PREMIÈRES  
NATIONS



Après quatre années de travail acharné de la part de notre ministère, du ministère des Richesses naturelles et des membres de la Première nation pikangikum, un important projet touristique a été mis en œuvre.

Nous avons préconisé avec succès la conversion des quotas de pêche de la nation pikangikum pour la pêche sportive, permettant ainsi au conseil de bande de construire des camps de pêche pour les touristes. Deux camps sont déjà en place, et le conseil de bande prévoit en ériger six autres.

Notre tâche consiste à interpréter la politique gouvernementale auprès du secteur des loisirs et à faire part au gouvernement des préoccupations du secteur des loisirs. Dans ce travail de sensibilisation, nous cherchons à faire mieux comprendre la contribution importante que les activités de loisirs apportent à la croissance économique et au bien-être de nos collectivités. À l'égard des entreprises, notre démarche en est une de consultation : nous écoutons nos clients, nous tenons compte des besoins de toute la population ontarienne, et nous prenons ensuite les initiatives nécessaires.

### *Liaison étroite entre le tourisme et les loisirs*

Pour donner toute sa vigueur au secteur des loisirs, il nous faut resserrer de plus en plus les liens entre le tourisme et les loisirs. Par le biais de projets conjoints de recherche, de programmes communs de formation, de conférences et de divers autres programmes, nous cherchons à stimuler une collaboration dynamique entre nos partenaires des diverses collectivités et de l'industrie. Les projets mis sur pied dans toute la province offrent des possibilités de loisirs pour les résidents locaux ainsi que des attractions touristiques.

Nous sommes fiers d'avoir accordé notre soutien à quatre reprises aux Jeux de l'Ontario, en collaboration étroite avec les fédérations sportives provinciales. Des compétitions de sport amateur, des jeux d'été et d'hiver et des jeux pour les personnes âgées sont organisés tous les deux ans. En 1989, les Jeux de l'Ontario pour les personnes handicapées sont devenus une manifestation annuelle.

### *Promotion des attractions riveraines*

Nous avons organisé trois symposiums pour encourager la mise sur pied communautaire d'attractions riveraines. Ces rencontres d'une journée ont été tenues à Collingwood, Simcoe et Sarnia. Les participants ont examiné divers problèmes de planification comme le développement durable et la conservation de l'environnement naturel, les valeurs communautaires qui influent sur la planification des rives, et la façon de travailler en commun à l'aménagement d'attractions riveraines.

### *Appui à la demande de présentation d'Expo 98*

Nous avons représenté l'Ontario dans le travail d'équipe réalisé par les secteurs public et privé en vue de présenter la candidature de Toronto pour l'organisation d'Expo 98. Les relations de travail que cette collaboration nous a permis d'établir au cours de cette campagne aideront le gouvernement dans nombre de ses activités ultérieures pour encourager le commerce et les investissements et présenter l'Ontario comme destination touristique.

Nous collaborons avec nos partenaires du secteur public et du secteur privé afin de mettre en place des destinations valables pour les activités touristiques et les loisirs en Ontario. Ces attractions favorisent la création d'emplois et les investissements, renforcent les économies locales et fournissent d'importantes possibilités de loisirs.

*Circuit du patrimoine des Noirs*  
Nous avons collaboré à l'organisation d'une nouvelle destination touristique importante dans la région de Windsor et ouvert ainsi un nouveau marché intéressant pour les touristes afro-américains. En collaboration avec nos partenaires locaux, nous avons lancé un forfait de trois jours intitulé « The Road that Led to Freedom: An African-American Heritage Tour », qui permet de visiter sept sites historiques en rapport avec le rôle joué par le Canada dans son aide aux esclaves noirs d'Amérique au XIX<sup>e</sup> siècle qui ont fui les États-Unis par le réseau de trains clandestins.


### Entrée gratuite à la

### Place Ontario

Nous avons marqué le 20<sup>e</sup> anniversaire de la Place Ontario en inaugurant une nouvelle politique d'entrée gratuite. La participation totale lors de la saison 1991 a été la plus élevée depuis 1985, et a représenté une progression de 42 pour 100 par rapport à 1990. Le nombre d'entrées à la Place Ontario au cours des mois qui ont précédé l'ouverture de la CNE a été le plus important depuis dix ans, en progression de 66 pour 100 par rapport à 1990.

### Les Jeux de l'Ontario

Les Jeux de l'Ontario pour les handicapés physiques, qui ont eu lieu en juillet, ont connu un grand succès. La ville hôte, Hamilton, a accueilli des spectateurs, des bénévoles et des athlètes, accompagnés de leur famille, de toutes les régions de la province.



**LE CIRCUIT DU  
PATRIMOINE DES  
NOIRS, UN ATOUT  
POUR L'ÉCONOMIE  
DE LA RÉGION DE  
WINDSOR**

(extrait du Windsor Star, 21 novembre 1991)

Le bureau du tourisme et des congrès de Windsor et du comté d'Essex est convaincu que le circuit des premiers établissements des Noirs dans le sud-ouest de l'Ontario attirera des touristes et des retombées économiques dans la région de Windsor. Selon Mme Elizabeth Hamel, directrice intermédiaire du bureau local du tourisme, le bureau prévoit attirer l'an prochain jusqu'à 200 groupes de touristes venus par autocar, et près de 1 000 000 \$ de recettes touristiques pour l'économie locale.



## Forum sur le tourisme

En collaboration avec nos partenaires de l'industrie touristique, nous avons aidé à organiser en mai 1992 un forum sur le tourisme en Ontario, axé sur les possibilités de croissance et d'innovation de l'industrie. Ce forum a permis aux professionnels de l'industrie touristique de mettre en commun leurs idées et leurs perceptions sur l'état et les enjeux de l'industrie. Quatre tables rondes ont été étudiées les tendances du marché en Ontario, aux États-Unis, en Europe et dans les pays en bordure du Pacifique.

## Rendre plus accessibles les installations touristiques

(grâce à notre nouveau programme « Une bonne affaire », nous avons aidé les exploitants à rendre leurs installations touristiques et de loisirs plus accessibles aux personnes handicapées. Ce programme comprend un manuel comportant des recommandations détaillées sur les normes à respecter et les règlements du code du bâtiment, et un vidéo de 20 minutes, intitulé *Toutes portes ouvertes*, dont on a fait l'éloge à l'étranger, qui a été primé à cinq reprises et diffusé sur les ondes de TVOntario.

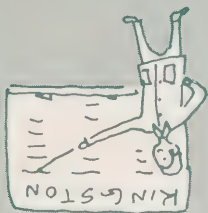
## FORMATION ASSISTÉE PAR ORDINATEUR DANS LA RÉGION NORD



Dans la région Nord, un programme inédit de formation assistée par ordinateur, le programme « Hospitality Plus », est en voie d'implantation et devrait être terminé en décembre 1992. Il comportera plus de 200 modules de formation faciles à utiliser à l'intention des cadres et des techniciens du tourisme et du secteur des services. Le Conseil ontarien de formation des professionnels de l'industrie touristique inclura ce programme de formation dans ses conditions d'agrément professionnel.

Le collège Canadore et les secteurs du tourisme et des services collaborent avec le ministère à ce projet, qui a été lancé grâce à une subvention antirécession de 830 000 \$ accordée par le ministère.

## ELABORATION D'UN PROGRAMME DE FORMATION EN TOURISME À KINGSTON



Les employés du ministère collaborent avec la commission de développement économique de la région de Kingston pour élaborer et mettre en œuvre un programme de formation sur le service à la clientèle à l'intention de l'industrie touristique locale. Ce programme fournira aux participants des renseignements sur les attractions touristiques dans la région de Kingston, les avantages du tourisme pour la région et la façon d'offrir un service d'excellence à la clientèle.

*Formation continue des professionnels de l'industrie*

Pour assurer aux clients la compétence et la qualité du service qu'ils attendent, il faut absolument que l'industrie touristique ait des normes élevées de formation. C'est pourquoi nous avons mis sur pied, en collaboration avec l'industrie touristique, ses travailleurs et travailleurs, d'autres ministères et divers établissements, le Conseil ontarien de formation des professionnels de l'industrie touristique.

Le Conseil fait le lien, pour la première fois, entre le système d'éducation et l'industrie touristique en coordonnant dans toute la province les programmes de formation en tourisme. Le Conseil établit les normes de qualification professionnelle, élabore les cours de formation et met en place des programmes de choix de carrières. Il administre également un fonds en fiducie pour la formation, au nom de l'industrie.

*Ateliers sur le service à la clientèle*

Nous avons dispensé deux ateliers sur le service à la clientèle, auxquels ont participé plus de 100 spécialistes du domaine des loisirs à St. Clements et Toronto. Ces ateliers ont permis de présenter des stratégies en vue d'améliorer le service à la clientèle.

### *Séminaires à l'intention des aubergistes*

Nous avons parrainé une série de séminaires de perfectionnement à l'intention des aubergistes de la région sud de l'Ontario, qui ont permis aux participants d'étudier les tendances du marché nord-américain et de se renseigner sur la commercialisation directe, la dotation en personnel et la façon d'assurer un service de qualité.

Pour assurer la prospérité à long terme de notre secteur des loisirs, nous devons accroître notre compétitivité en offrant des services de qualité supérieure et en réagissant efficacement aux tendances du marché. Nous collaborons avec les entreprises et le monde du travail, les gouvernements et les divers établissements en vue d'offrir des services et des produits de loisirs qui attirent des clients toujours plus nombreux.

### *Une source unique d'information, qui favorise les ventes*

En nous appuyant sur le succès de notre système d'information touristique 1-800-Ontario, nous avons lancé, en collaboration avec l'industrie touristique, la première étape de notre Système central de réservation et d'information (SCRI). Grâce à ce « guichet unique », les utilisateurs de ce service dans toute l'Amérique du Nord pourront appeler sans frais pour se renseigner et faire leurs réservations.

Le SCRI jouera un rôle de premier plan pour les petits exploitants touristiques qui ne sont pas reliés à un numéro de réservation 1-800. Il permettra d'augmenter le taux d'occupation des installations touristiques en Ontario en transformant en ventes, selon les prévisions, 40 pour 100 de nos 400 000 demandes annuelles de renseignements touristiques.

## Fixation des prix des produits de l'industrie des loisirs

Nous avons parrainé un programme de formation sur la détermination des prix des produits touristiques, à l'intention de 120 clients du secteur du tourisme et des loisirs du sud de l'Ontario. Les participants ont appris comment déterminer les prix en analysant les coûts de production et les facteurs de marché, et étudié l'application des notions de la valeur ajoutée et du rendement. Ces ateliers ont été tenus à Barrie, London et St. Catharines.

### Soutien au développement communautaire

À Haliburton, nous avons organisé un atelier pour déterminer les possibilités locales de développement économique en matière de tourisme et de loisirs, auquel ont participé 65 représentants des municipalités, des clients du tourisme et des loisirs et du milieu des affaires. Dans la deuxième étape de ce projet, un groupe de travail a élaboré des plans d'action pour tirer profit des possibilités de développement définies au cours de l'atelier.

DANS LE MONDE, LE  
TOURISME EST  
L'INDUSTRIE LA PLUS  
IMPORTANTE ET  
CELLE QUI CROÎT LE  
PLUS RAPIDEMENT



Selon une étude récente de l'Organisation mondiale du tourisme, le Canada vient au cinquième rang des destinations touristiques les plus populaires dans le monde. Chaque année, le Canada attire 15 200 000 touristes, soit plus de 3,5 pour 100 des touristes du monde. Le tourisme vient au cinquième rang des exportations ontariennes. En 1990, les touristes ont dépensé 16 500 000 000 \$ en Ontario.



publicitaires à la télévision et dans la presse écrite incitent la population ontarienne à profiter de petites excursions dans leur province.

## *Festivités communautaires en Ontario*

En 1990, il y a eu plus de 18 000 000 de déplacements chez les résidents ontariens pour participer à une foule de festivals, expositions et activités culturelles et sportives dans leur province. Dans plus de la moitié des cas, ces déplacements portaient sur plus d'une journée et ont entraîné des retombées économiques dans les diverses localités.

En vue de développer le potentiel touristique des festivités communautaires, nous avons joint nos efforts à ceux des douze associations touristiques régionales de l'Ontario, et lancé le programme « Célébrons l'Ontario », qui vise à promouvoir les festivals et les manifestations spéciales en Ontario. Le programme comportait une série de 15 ateliers sur la façon d'organiser de telles manifestations et d'attirer les touristes. Plus de 500 personnes ont participé à ces ateliers, tenus dans diverses régions de l'Ontario.

**En collaboration avec l'industrie touristique et d'autres ministères et gouvernements, nous avons cherché à élaborer des stratégies de promotion du tourisme en Ontario. Ensemble, nous définissons de nouveaux débouchés et de nouveaux produits qui inciteront les touristes du monde entier à visiter l'Ontario.**

**Nouveau Plan de commercialisation touristique pour l'Amérique du Nord**

Notre nouveau Plan de commercialisation touristique pour l'Amérique du Nord tire parti des succès passés et comporte des améliorations novatrices. Conçu en partie en fonction des marchés cibles des états américains frontaliers, il présente l'Ontario comme une destination à voir, qui est « amicale et qui a ce quelque chose d'intrigant ». Il renseigne également les associations touristiques de l'Ontario sur l'intégration de ce thème dans leurs efforts de commercialisation en vue de multiplier les résultats de notre campagne.

## ***Promotion du besoin d'évasion***

Un deuxième volet du plan est axé sur le marché intérieur. La campagne « P'tits repos », fondée sur une recherche approfondie, met l'accent sur le besoin d'évasion et la nécessité de se reposer.

Les mini-vacances d'un, deux ou trois jours sont le secteur du marché touristique qui connaît l'expansion la plus rapide. Chaque année, les résidents ontariens dépensent douze milliards de dollars en activités touristiques dans la province. Notre campagne « P'tits repos » vise à développer ce marché en expansion pour garder en Ontario ces recettes touristiques. Quatre campagnes

## Promotion de la sécurité dans les sports, le conditionnement physique et les loisirs

Nous avons poursuivi l'adoption de mesures visant à réduire le nombre de blessures (1 300 000 par an) découlant de la pratique des sports et des loisirs, dont les coûts annuels estimatifs pour l'Ontario sont de 663 000 000 \$ en services de la santé et en perte de rendement au travail.

Nous avons élaboré et publié une série de guides intitulée *Opération « sécurité »*, sur la préparation, la mise en œuvre et la supervision d'un programme de gestion des risques dans les installations sportives et de conditionnement physique. Grâce à des ateliers spéciaux, les spécialistes du conditionnement physique ont pu apprendre à planifier leurs programmes de gestion des risques.

Nous avons aussi publié un manuel intitulé *Guide du professionnel de sécurité pour le conditionnement physique*, sur la prévention des blessures en conditionnement physique. Nos ateliers sur la prévention et le soin des blessures sportives ont permis aux participants de mieux se renseigner sur cette question.

*Collaboration avec les autochtones*

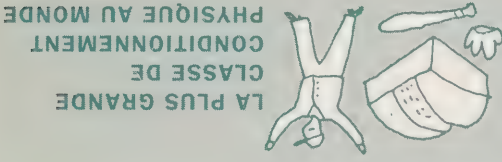
Nous tenons à aider les collectivités autochtones à mettre sur pied des activités de loisirs répondant à leurs besoins actuels et futurs. En collaboration avec des groupes communautaires, nous avons organisé à Thunder Bay une conférence sur les loisirs des autochtones. Au cours de cette conférence, les participants ont cherché à coordonner leur vision des questions relatives aux loisirs et à trouver des façons de mettre à contribution l'ensemble de la collectivité.

## Amélioration de la formation du personnel d'animation des loisirs

Nos conseillers en loisirs ont aidé nos clients à organiser des programmes de formation de trois jours à l'intention des animateurs de loisirs auprès des enfants dans les systèmes locaux et régionaux de loisirs. Ces séances de formation portaient sur les moyens de favoriser la croissance et le développement des enfants par le biais de loisirs stimulants et sans danger.

*Ateliers de motivation sur les sports*

Nous avons collaboré à la mise sur pied d'un comité de planification, dans la région de Niagara, chargé d'organiser d'importants ateliers de motivation sur les sports. Ce comité a organisé un atelier d'une journée intitulé « A Day with Dr. Peter Jensen: Mental Fitness, Your Inside Edge ». Trois autres ateliers communautaires ont attiré 2 100 personnes.



À nouveau, nous avons joint nos efforts à ceux des Blue Jays de Toronto pour promouvoir un mode de vie actif. À mi-chemin de la septième manche, pendant les matchs des Blue Jays, des moniteurs officiels invitent le public à faire une série d'exercices en musique. Au cours de la dernière saison de baseball, plus de 4 000 000 de spectateurs ont participé à ce qui doit sûrement être la plus grande classe de conditionnement physique au monde.

# Promouvoir un mode de vie actif : Sensibilisation aux avantages des loisirs et promotion de la sécurité

Préconisant un mode de vie actif, nous cherchons à promouvoir des loisirs sains et agréables, en toute sécurité, auprès de la population ontarienne. Grâce à une gamme variée de programmes, nous offrons à un large auditoire, notamment aux professionnels, aux décisionnaires et au public, la meilleure information possible sur les loisirs et le conditionnement physique.

## *Les loisirs, un service essentiel*

Pour sensibiliser davantage le public aux nombreux avantages d'un mode de vie actif, nous avons participé à la réalisation d'un nouveau projet important, « Les loisirs, un service essentiel ». Ce projet vise à renseigner les décisionnaires, les professionnels, les responsables communautaires et les divers autres partenaires dans le domaine des loisirs. Dans le cadre de notre contribution, nous avons réalisé un vidéo intitulé *Les sports et les loisirs, ça vaut le coup*, qui renseigne agréablement sur la façon dont le conditionnement physique et les loisirs renforcent les valeurs communautaires et aident les personnes et les familles à réduire le stress, à accroître la confiance en soi et à demeurer en santé.

Ce projet est fondé sur les conclusions d'une étude d'envergure sur les avantages des loisirs, réalisée par le ministère et la Fédération des parcs et des loisirs de l'Ontario. Selon cette étude, qui a suscité beaucoup d'intérêt au Canada et à l'étranger,

## *Prévention des accidents de*

### *motoneige*

Chaque année, les accidents de motoneige entraînent des blessures et des décès qui coûtent à la province plus de 40 000 000 \$. En vue de prévenir ces tragédies, nous avons collaboré avec des fabricants de motoneiges, d'autres ministères, des groupes d'intérêt et des associations locales pour lancer une campagne pluriannuelle sur la motoneige et la sécurité, axée sur le slogan « Vas-y sûrement, vas-y sobrement », et faisant appel à des affiches et à des annonces publicitaires à la radio et dans les journaux et magazines.

## *Organisation conjointe d'une*

### *conférence sur la recherche en loisirs*

Les loisirs favorisent la croissance personnelle et l'harmonie sociale, réduisent les coûts des soins de santé, contribuent à la productivité et à la bonne forme physique de la population active et procurent des avantages importants en ce qui concerne l'emploi, les revenus et les investissements. L'étude servira à élaborer des nouveaux programmes.

Nous avons participé avec le gouvernement

fédéral aux travaux préparatoires de la deuxième

Conférence internationale sur la santé, l'activité

et le conditionnement physiques. Cette conférence

a permis aux spécialistes les plus éminents du

domaine des loisirs de partager avec les décision-

naires et les professionnels leurs plus récentes

découvertes.



## *Les prêts au tourisme favorisent les investissements*

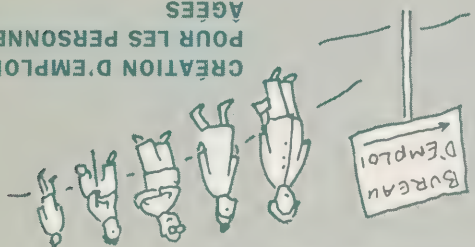
Le ministère a continué de gérer une gamme variée de programmes de prêts et subventions au tourisme, agissant comme premier investisseur pour attirer d'autres partenaires. Ces programmes ont favorisé les investissements et le développement, par leur soutien à des projets permettant aux collectivités ontariennes de profiter des recettes tirées du tourisme.

### **PROMOTION DU TOURISME DANS LE NORD**



Notre programme Destinations Nord a permis au centre de villégiature Nor'Wester de rénover et d'élargir ses installations. Ce centre est une importante attraction touristique dans la région de Thunder Bay. Une fois rénové, il accueillera en 1995 les visiteurs à l'occasion des Championnats nordiques mondiaux au Tremplin de ski Big Thunder, à l'extérieur de la ville.

### **CRÉATION D'EMPLOIS POUR LES PERSONNES ÂGÉES**



Nous avons financé un programme afin de venir en aide aux associations touristiques du nord de l'Ontario qui exploitent des centres de renseignements touristiques. Ce programme a permis d'engager environ 100 personnes âgées comme agents et conseillers d'information.

Les collectivités et les organismes de toute la province profitent des programmes de financement du ministère. Nos conseillers sur le terrain transforment les programmes de financement en réalisations concrètes. Travaillant dans divers centres de la province, ils aident nos clients et nos partenaires à définir les besoins sociaux et économiques de leur collectivité. Des études auprès de nos clients indiquent que nos conseillers sur le terrain constituent l'une de nos ressources les plus précieuses.

## Favoriser une plus grande participation

L'un de nos principaux objectifs est de faire en sorte que le système ontarien de loisirs soit adapté à l'évolution des besoins sociaux. Notre programme de financement « Nouvelle démarche » vise à élargir l'accès aux loisirs. Nos clients sont ainsi invités à trouver de nouvelles façons de susciter la participation des groupes dont les besoins particuliers sont parfois négligés. Huit groupes ayant des difficultés à participer aux loisirs ont été définis : les familles qui ont un double revenu, les femmes, les enfants et les jeunes, les autochtones, les Franco-Ontariens, les personnes handicapées, les minorités visibles et les personnes âgées. En collaboration avec les clients, nos conseillers élaborent des projets visant à faire profiter toute la population ontarienne des avantages durables des loisirs.

À Toronto, le Centre des services à la communauté asiatique du Sud-Est a mis sur pied des programmes de loisirs à l'intention des personnes âgées des quartiers défavorisés. Un animateur social qui parle chinois et vietnamien s'occupe de favoriser la participation des personnes âgées qui vivent dans l'isolement. À Ottawa, le Centre d'accueil autochtone Odawa a accueilli des personnes âgées et des jeunes autochtones, qui ont organisé une série d'ateliers sur leurs modes de vie traditionnels.



AIDER LES GENS  
GRÂCE À UNE  
NOUVELLE DÉMARCHE  
DE FINANCEMENT  
DES LOISIRS

Par exemple, à Thunder Bay, le Centre des 55 ans et plus offre sous un même toit des services répondant aux besoins des personnes âgées en matière de santé, de services sociaux et de conditionnement physique. Les quilles, le Tai Chi et la gymnastique aérobique douce aident les personnes âgées à mener une vie plus active.

À Pickering, le Centre Barbara Black pour les jeunes offre des activités de loisirs et des programmes traitant de la toxicomanie, de l'initiation à la vie quotidienne et de la nutrition à quelque 3 000 personnes (adolescentes enceintes, jeunes mères, minorités visibles, jeunes handicapés et groupes scolaires).

## Points saillants

Nous avons fait des progrès en ce qui concerne les questions économiques et sociales en apportant une aide directe aux entreprises et aux collectivités.

■ **Un regard neuf sur le financement des loisirs**  
Nous avons révisé notre programme de financement en vue de favoriser les projets permettant d'élargir l'accès aux loisirs, particulièrement en faveur des personnes qui se heurtent à des obstacles en matière d'égalité d'accès.

■ **Promouvoir les loisirs comme un service essentiel**  
Pour que soient plus largement reconnus les avantages économiques et sociaux du sport, du conditionnement physique et des loisirs, nous avons associé nos efforts à ceux de la Fédération des parcs et des loisirs de l'Ontario pour lancer le projet « Les loisirs, un service essentiel ».

## ■ Lancement d'un nouveau plan de commercialisation touristique

Notre nouveau Plan de commercialisation touristique pour l'Amérique du Nord fait la promotion de l'Ontario comme destination de choix parmi des secteurs de marché clé en Ontario et aux États-Unis. De nouvelles études nous ont aidé à mettre au point une stratégie qui vise à inciter les personnes qui demeurent en Ontario à faire des courts voyages de plaisance. En outre, la stratégie a pour but d'inciter les visiteurs éventuels des onze états frontaliers à voir l'Ontario.

■ **Amélioration du service et de la formation**  
Nous avons commencé à élaborer le Système central de réservation et d'information (SCRI), en vue d'accroître nos ventes dans le secteur du tourisme. Ce système d'avant-garde offrira à la

clientèle un service de « guichet unique » sans frais d'intervurban. Les clients pourront se procurer l'information nécessaire et faire leurs réservations auprès de conseillers qualifiés. Nous avons aussi collaboré à la création du Conseil ontarien de formation des professionnels de l'industrie touristique, chargé de coordonner pour la première fois, les programmes de formation touristique dans toute la province.

## ■ Participation indispensable à la recherche

Le ministère a appuyé de nombreux projets de recherche d'envergure, notamment une étude portant sur la participation aux activités de loisirs en Ontario, une étude sur l'industrie des centres de villégiature en Ontario, ainsi qu'une importante étude sur les avantages sociaux et économiques des loisirs, réalisée par la Fédération des parcs et des loisirs de l'Ontario.





L'exercice écoulé marquait le dixième anniversaire de notre ministère. Au cours des dix dernières années, le rôle du ministère dans la promotion et la mise en valeur du tourisme et des loisirs a évolué considérablement.

***Le potentiel du tourisme et des loisirs***

Le secteur du tourisme et des loisirs joue depuis longtemps un rôle important dans l'économie ontarienne. Au cours des dix dernières années, les travaux de recherche dans le monde se sont également multipliés sur les avantages essentiels des loisirs pour le bien-être personnel et collectif.

Aujourd'hui plus que jamais, le secteur du tourisme et des loisirs présente des possibilités exceptionnelles pour l'Ontario, qui cherche à prendre sa place dans la nouvelle économie mondiale. La croissance et la prospérité à long terme dépendent de plus en plus des partenariats établis entre le tourisme et les loisirs. En cette dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle, l'un de nos principaux objectifs est d'aider nos partenaires à mettre leurs efforts en commun pour réaliser toutes leurs possibilités. Pour tenir compte de la diversité croissante de la société ontarienne, nous entendons aussi faire en sorte que les loisirs soient accessibles à toute la population ontarienne.

***Répondre aux besoins sociaux et économiques***

L'exercice écoulé a été difficile en raison de la récession prolongée, qui a été une source considérable de tensions partout en Ontario. Le ministère du Tourisme et des Loisirs a donc cherché de nouvelles façons d'aider la population ontarienne à surmonter les graves difficultés socio-économiques de la province.

### ***Canaliser les ressources***

Avec des ressources réduites, nous devons faire davantage. Nous avons donc axé nos programmes et nos politiques sur le renouveau économique et une plus grande équité sociale.

### ***Promouvoir les avantages des loisirs***

En resserrant les liens entre le tourisme et les loisirs, nous avons cherché à promouvoir les avantages sociaux et économiques associés à un mode de vie actif et sain et aux voyages dans la province.

### ***Consolider les partenariats***

Nous ne pouvons travailler dans l'isolement. La nouvelle stratégie d'ensemble du ministère vise à resserrer les liens de collaboration avec ses partenaires et à favoriser l'autonomie. Ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous pourrions faire profiter un plus grand nombre d'Ontariens et d'Ontariennes des avantages associés au secteur du tourisme et des loisirs.



En cette dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle, nous savons de plus en plus que le tourisme et les loisirs sont des alliés naturels. Au moment où notre économie continue de se réorganiser, nous reconnaissons plus largement la contribution que peut lui apporter le secteur du tourisme et des loisirs, qui offre des possibilités remarquables de développement communautaire durable, susceptibles de renforcer toutes les économies locales et de favoriser un mode de vie plus sain partout en Ontario. Notre province est en voie de définir sa place dans la nouvelle économie mondiale, et le secteur du tourisme et des loisirs y jouera un rôle capital.

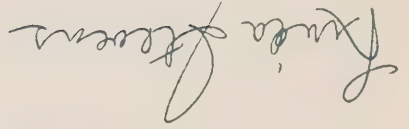
En 1991-1992, notre ministère a passé en revue toutes les facettes de ses activités en vue de trouver de nouvelles façons d'aider le secteur du tourisme et des loisirs à relever les défis économiques et sociaux qui s'imposent devant nous.

Nous avons élaboré une nouvelle stratégie d'ensemble permettant de mieux répondre aux besoins de la population ontarienne. Nous avons fait des progrès importants dans la recherche d'une collaboration plus efficace avec nos partenaires pour positionner le secteur du tourisme et des loisirs en vue d'une croissance durable, et dans la promotion de projets présentant des avantages communs pour le tourisme et les loisirs. Grâce à un certain nombre d'initiatives, nous avons aidé l'industrie touristique à accroître sa compétitivité internationale, à apporter des améliorations notables en matière de formation et de service à la clientèle, et à définir et trouver de nouveaux marchés. Nous avons aussi aidé tous nos clients à rendre les services de loisirs plus accessibles à toute la population ontarienne.

Nous avons déjà fait d'importants progrès, mais la tâche qui reste à accomplir est considérable. Je suis néanmoins convaincue que, grâce à une collaboration toujours plus étroite, notre ministère et nos partenaires pourront ensemble remplir leur mission.

Je vous prie d'agréer mes salutations les meilleures.

La sous-ministre,



Linda L. Stevens



J'ai le plaisir de présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme et des Loisirs pour l'exercice 1991-1992.

Au cours de l'exercice, l'économie ontarienne a continué de traverser une période difficile, et la récession prolongée a eu des effets dissuasifs sur les voyages d'affaires et d'agrément, tout en augmentant les besoins des collectivités en matière de services de loisirs.

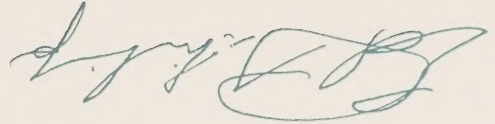
Malgré cela, le secteur du tourisme et des loisirs n'a jamais eu autant de possibilités de contribuer de façon importante à la vigueur de notre économie et à la santé de la population ontarienne.

Malgré des ressources réduites, le ministère et ses partenaires du secteur du tourisme et des loisirs ont fait des progrès considérables au cours de l'exercice 1991-1992. De meilleures façons d'élargir l'accès aux services de loisirs pour toute la population ontarienne, notamment pour les personnes dont les besoins sont parfois négligés, ont été créées. Un grand nombre de possibilités nouvelles de renouvellement économique ont été définies, et une stratégie en vue de soutenir la croissance à long terme du secteur du tourisme et des loisirs a été adoptée.

Ce processus a donné lieu à un grand nombre d'initiatives et a renforcé les liens dans l'ensemble du secteur des loisirs. Avec tous les employés du ministère, j'envisage avec plaisir de collaborer toujours plus étroitement avec nos partenaires au cours du prochain exercice, en nous appuyant sur les succès passés.

Recevez mes meilleures salutations.

Le ministre,



Ed Philip



|    |  |
|----|--|
| 2  | Message du ministre.....   |
| 3  | Message de la sous-ministre.....   |
| 5  | Bilan de l'exercice.....   |
| 7  | Promotion des initiatives communautaires :<br>Financement et conseillers sur le terrain.....                       |
| 9  | Promouvoir un mode de vie actif :<br>Sensibilisation aux avantages des loisirs et<br>promotion de la sécurité..... |
| 11 | Trouver de nouveaux marchés en faisant la<br>promotion du tourisme en Ontario.....                                 |
| 13 | Accroître notre compétitivité<br>par le service et la formation.....   |
| 15 | Réaliser et favoriser les attractions valables :<br>Sites et manifestations d'intérêt.....                         |
| 17 | Répondre aux préoccupations de l'industrie :<br>Consultation et sensibilisation.....                               |
| 18 | La recherche : Élément essentiel à une<br>information de qualité.....  |
| 19 | Redéploiement de nos ressources :<br>Innovation par le travail d'équipe.....                                       |
| 20 | Notre mission, objectifs généraux et stratégie<br>générale pour l'exercice 1992-1993.....                          |
| 21 | Etat des dépenses.....   |
| 22 | Bureaux régionaux.....   |



# Ministère du Tourisme et des Loisirs

## Répertoire des services

Bureau du ministre (416) 314-7760  
Bureau de la sous-ministre (416) 314-7761  
Division des services administratifs ministériels (416) 314-7110  
Services des vérifications (416) 314-7216  
Communications (416) 314-7400  
Services en français (416) 314-7408  
Équité d'emploi (416) 314-6550  
Finance et administration (416) 314-7050  
Accès à l'information (416) 314-7197  
Ressources humaines (416) 314-7607  
Services informatiques (416) 314-6580  
Services juridiques (416) 314-7025  
Projet de déménagement à Niagara Falls (416) 314-7209

*Division des politiques, de la planification et de l'évaluation ministérielles*  
(416) 314-7453  
Direction des politiques, de la planification et de l'évaluation ministérielles (416) 314-6563  
et des programmes touristiques (416) 314-7323  
Direction de l'élaboration des politiques et des programmes en loisirs (416) 314-7186

*Division de la promotion de l'Ontario*  
(416) 314-7575  
Secrétariat à la gestion des activités spéciales et aux partenariats du ministère (416) 314-6999  
Gestion des activités spéciales (416) 314-7006  
Commercialisation du tourisme (416) 314-7550  
Planification et services à la clientèle (416) 314-7375

*Division des services communautaires* (Voir liste des bureaux régionaux en page 22)  
(416) 314-7454  
Région du Sud (416) 314-6688  
Région de l'Est (613) 787-4000  
Région du Nord-Ouest (807) 623-5592  
Région du Nord-Est (705) 688-3035  
Direction du leadership et des services aux fédérations sportives et aux organismes de loisirs de l'Ontario (416) 314-7440

*Secrétariat des organismes et attractions touristiques*  
(416) 314-7000  
Conseil consultatif historique de la Huronie (705) 526-7838  
Conseil consultatif du Old Fort William (807) 577-8461  
Palais des congrès du Toronto métropolitain (416) 585-8000  
Commission des parcs du Niagara (416) 356-2241  
Société des loteries de l'Ontario (705) 946-6741  
Société de la Place Ontario (416) 965-7711  
Fondation Trillium de l'Ontario (416) 961-0194  
Centre des congrès d'Ottawa (613) 563-1984  
Commission de la promenade St. Clair (519) 862-2291  
Commission des parcs du Saint-Laurent (613) 543-3704  
Tremplins de ski de Thunder Bay Ltée (807) 623-1858

Imprimé sur du papier recyclé.

D-022/92

ISSN 0824-8915

Publié par le  
Ministère du Tourisme et des Loisirs  
Imprimé par l'Imprimeur de la Reine  
pour l'Ontario  
Province de l'Ontario  
Toronto, Canada  
© 1992 Gouvernement de l'Ontario  
D-022/92



1 9 9 1 - 1 9 9 2

3 1761 11546947 0



**Rapport annuel 1991-1992**  
*Ministère du Tourisme et des Loisirs*

Ontario